

TURISMO EN VALLEDUPAR



CÁMARA DE COMERCIO
DE VALLEDUPAR



OBSERVATORIO ECONÓMICO
CÁMARA DE COMERCIO DE VALLEDUPAR

FICHA TÉCNICA

La recolección de la información se realizó por medio de encuesta directa, aplicada en campo. El equipo conformado por 3 encuestadores que permanecieron los días 27, 28 y 29 de julio en las instalaciones del Aeropuerto Alfonso López Pumarejo de la ciudad, indagando la percepción turística que tienen los visitantes que llegan y salen de la ciudad.

Encuestados	296
Margen de error	5.64 %
Realizado por	Cámara de Comercio de Valledupar
Financiado por	Cámara de Comercio de Valledupar
Población objetivo	Turistas entrantes y salientes
Número de preguntas	14 preguntas principales
Fecha de realización de la encuesta	27 de julio – 29 de julio de 2016
Lugar de aplicación de la encuesta	Valledupar, Aeropuerto Alfonso López Pumarejo



INTRODUCCIÓN

José Luis Urón Márquez
Presidente Ejecutivo

Edgar Rincón Castilla
Vicepresidente Administrativo

Juan Felipe Camargo Mejía
Coordinador Observatorio
Económico

Margarita López
Coordinadora de Turismo

Carlos Quijano
Asesor Rutas Competitivas

Encuestadores
Luisa Hoyos
Shesty Torres
Rafael Martínez

Corrección de estilo:

Stella Durán Escalona
Asesora de Presidencia Ejecutiva

El turismo es uno de los incentivos de crecimiento económico de la región. Este sector puede dinamizar actividades que ayuden el crecimiento local y nacional, para ello, la Cámara de Comercio de Valledupar realiza la encuesta de percepción turística con el fin de hacer un diagnóstico del potencial turístico y debilidades de la región, teniendo en cuenta la oferta turística del departamento, el sector hotelero, sector de transporte público, entre otros.

La capital del departamento de Cesar, tiene fortalezas económicas, en su gran mayoría la producción agropecuaria y el turismo, además se le conoce como emporio de la cultura y el folclor. Valledupar es el epicentro donde anualmente se le rinde homenaje a la música vallenata y esto hace que sea más atractiva por turistas de diferentes partes del país y a nivel internacional.

La Cámara de Comercio de Valledupar en su compromiso de trabajar por el desarrollo económico de la región, le apuesta al sector turístico como fuente de impulso al desarrollo económico del departamento, dando a conocer nacional e internacionalmente los atractivos turísticos que el Cesar tiene para ofrecer.

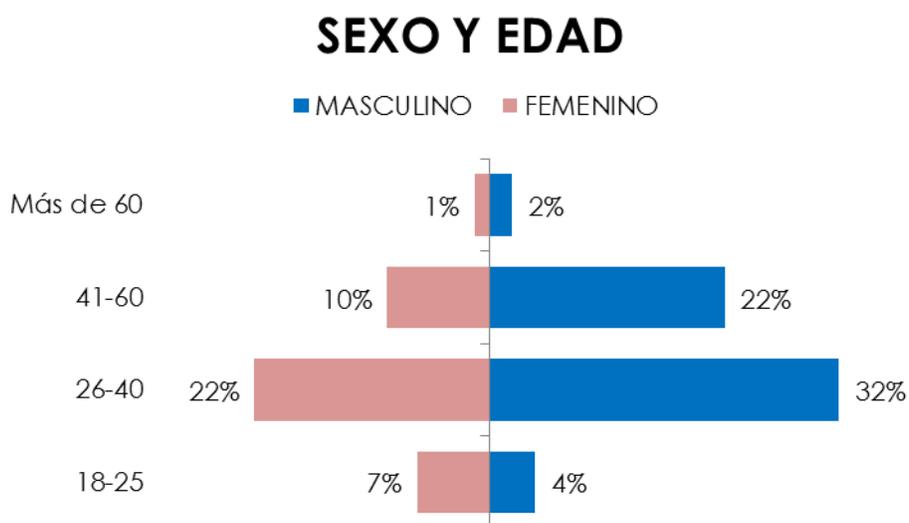
Si está interesado en ampliar esta información o consultar sobre otros de los productos investigativos de la entidad, puede hacerlo a través de la página web oficial de la institución <http://www.ccvalledupar.org.co/> en el enlace del Observatorio Económico, a través del correo electrónico observatorioeconomico@ccvalledupar.org.co o en el teléfono 5897868 ext. 171. De igual forma, no olvide estar atento a las publicaciones que se realizan por medio de las cuentas oficiales en las redes sociales Twitter, Facebook e Instagram. El equipo de trabajo de la Cámara de Comercio de Valledupar y de su Observatorio Económico, estará presto para atender su solicitud.



La encuesta de percepción turística realizada por la Cámara de Comercio de Valledupar, busca identificar las fortalezas y debilidades que tiene la región en esta temática, y así articular diferentes estrategias que ayuden a impulsar el turismo en la región.

SEXO Y EDAD

En los 3 días en los que se tomó la información en el aeropuerto Alfonso López Pumarejo, se evidenció mayor participación del género masculino, con el 61 %. Por otra parte, las mujeres tienen una participación del 39 %, entre los 296 turistas que se encuestaron, que entraban o salían de la ciudad por vía aérea los días 27, 28 y 29 de julio de 2016.

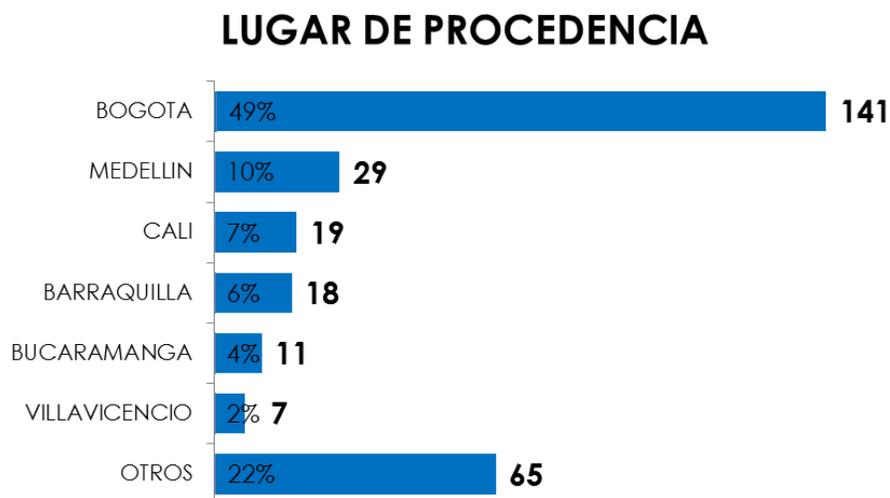


LUGAR DE PROCEDENCIA

Solo el 3 % de los turistas es extranjero, provenientes de España, Venezuela, Chile y Estados Unidos. El 97 % tiene nacionalidad colombiana, procedentes mayoritariamente de Bogotá, Medellín y Cali, aunque hay visitantes de todas las regiones del país, que llegan por motivos laborales, más que por turismo.

El 48 % de las personas que visitan la ciudad eligen a Avianca, que tiene una frecuencia mayor que el resto de aerolíneas. Seguido, con el 40 % que escogió a Lan, ambas provenientes de Bogotá, y solo el 12 % lo hizo por Easy Fly, que tiene su origen y destino la ciudad de Barranquilla.

La investigación mostró que el internet es el medio más utilizado por los viajeros para comprar sus tiquetes aéreos o para hacer



su reserva de habitación en el hotel, ya que el 56 % de los turistas usa esta herramienta para este fin. El 25 % manifestó que la empresa en la que labora le organizó el viaje, por lo que no sabe por qué medio se hizo, y el 10 % la realizó por medio de agencia de viajes. Esto demuestra que el internet no solamente es utilizado como pasatiempo, sino que tiene funciones más prácticas y funcionales, permitiendo acceder a todo tipo de servicios y productos con mayor facilidad.

MEDIO POR EL CUAL RESERVÓ



MOTIVO DEL VIAJE

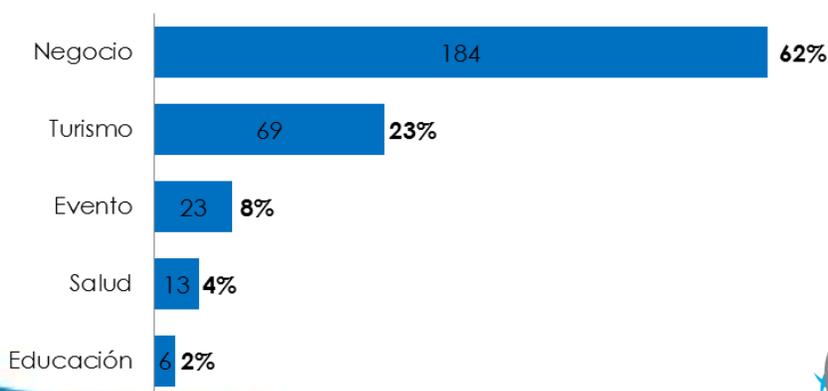
Valledupar es una ciudad atractiva turísticamente, no solo por el Festival de la Leyenda Vallenata, o por sus destinos folklóricos o culturales como el río Guatapurí o la Plaza Alfonso López, sino que, además, ha tenido un crecimiento importante como centro de eventos y negocios.

Esto se pudo constatar con la investigación realizada, ya que se evidenció que el 62 % de los visitantes viene por motivos de negocios, denotando el desarrollo económico que ha tenido la región en los últimos años, que ha despertado su interés en invertir en diferentes sectores económicos. Del mismo modo, el 8 % visitó la ciudad para asistir a un evento empresarial, demostrando que la ciudad es llamativa para este tipo de reuniones sociales, comerciales y empresariales, ya que tiene menores costos que en ciudades como Cartagena o Santa Marta.

El principal motivo de viaje a Valledupar es por negocios.

Por otra parte, el 23 % aseguró que el principal motivo de su visita es el turismo, y en menor medida por motivos de salud y educación.

MOTIVO DEL VIAJE

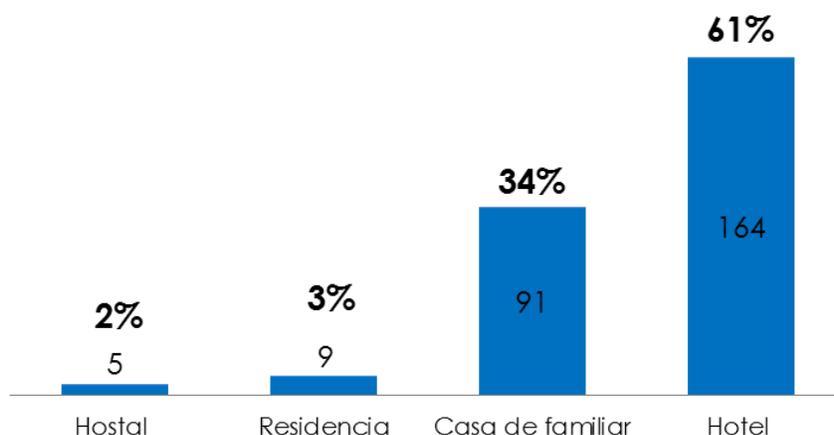


ALOJAMIENTO

El sector hotelero es el elegido por los turistas para disfrutar de su estancia en la ciudad. El 61 % de los turistas aseguró que su estadía fue o sería en hoteles, que la ciudad ofrece a los visitantes con una excelente infraestructura y servicios, con la que cuentan los nuevos hoteles que le han apostado a Valledupar como destino turístico.

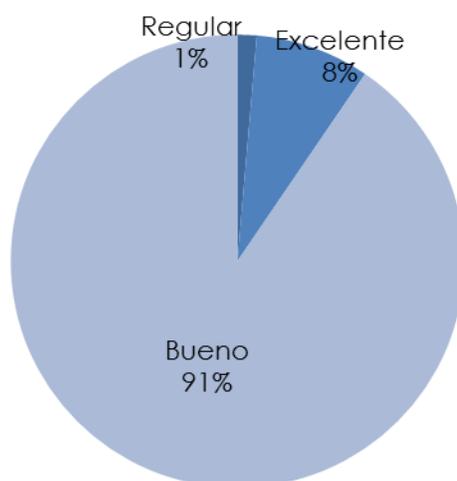
Este tipo de alojamiento es escogido por visitantes que vienen por negocios o a participar de algún evento empresarial, y el 34 % manifestó que permanecería en casa familiar.

TIPO DE ALOJAMIENTO



Es fundamental conocer la calificación que los visitantes le dan a el servicio que presta el sector hotelero de la ciudad, para conocer la percepción que estos tienen y saber en qué se debe mejorar. En este aspecto, el 91 % (133) de los 147 turistas que salían de la ciudad calificó como bueno el servicio recibido en el hotel y el 8 % (12) lo calificó como excelente, alcanzando un porcentaje de satisfacción del 99 %, que tiene una percepción positiva del servicio que presta el sector hotelero de la ciudad.

SERVICIO DEL LUGAR DE ALOJAMIENTO

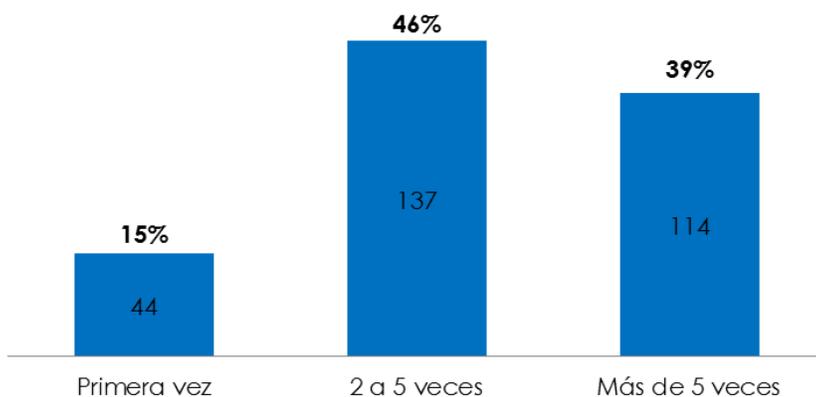


Por su parte, el 54 % de los visitantes de la ciudad, manifestó que permaneció o permanecería por el lapso de 2 a 4 días, y en menor medida se encuentran los turistas que permanecen en la ciudad tan solo 1 día, que representan al 12 %, estos lo hacen por motivos laborales o de negocios, donde no requieren gran cantidad de tiempo para ejercer sus actividades.

El 54 % de los visitantes permanece entre 2 y 4 días en la ciudad

Por otra parte, los visitantes que permanecen por más de 5 días, el 34 %, tienen como motivo de su estadía, el turismo cultural o por visitar a familiares y amigos.

CANTIDAD DE VISITAS A LA CIUDAD



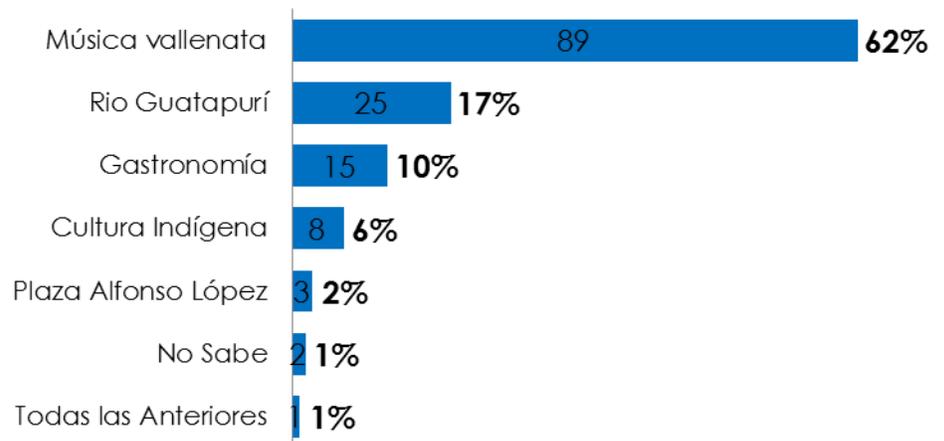
La ciudad debe ser atractiva para que los actuales visitantes regresen en un futuro y referencien o recomienden visitarla a sus familiares y conocidos. Por esta razón, se indagó por las veces que los turistas han venido a Valledupar, resultando que el 85 % (251) de ellos ha llegado a la ciudad 2 o más veces; únicamente el 15 % viene por primera vez, y de estos, tan solo el 9 % manifiesta que no volvería a la ciudad, porque no le parece atractiva, o no hay atractivos turísticos.

LUGARES TURÍSTICOS

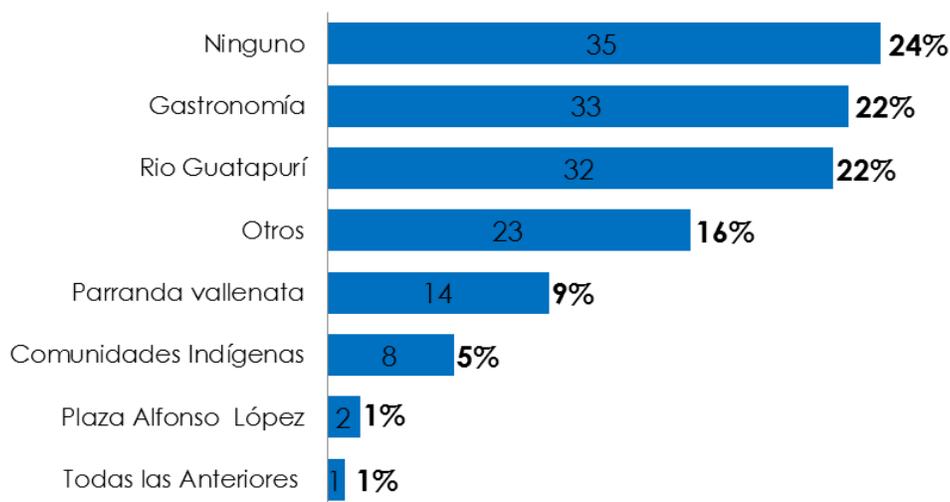
Se preguntó a los turistas que llegan a la ciudad, cual es el referente que los motivó a visitarla. En los resultados obtenidos, se evidenció que el 62 % (89 personas) manifestó ser motivado por la música vallenata, en segundo lugar, el interés en visitar el río Guatapurí, con el 17 % (25 personas) y al 10 % (15 personas) le llama la atención la gastronomía de la región.

De los turistas que ya visitaron la ciudad e iban de regreso a sus lugares de origen, el 24 % no disfrutó de ninguno de los atractivos turísticos que ofrece la ciudad, ya que no tuvieron tiempo de hacerlo por motivos de negocios. El 22 % pudo disfrutar de la gastronomía típica de la ciudad, y en la misma proporción disfrutaron del río Guatapurí.

REFERENTE DE LA CIUDAD



TEMAS QUE DISFRUTÓ EN SU VISITA

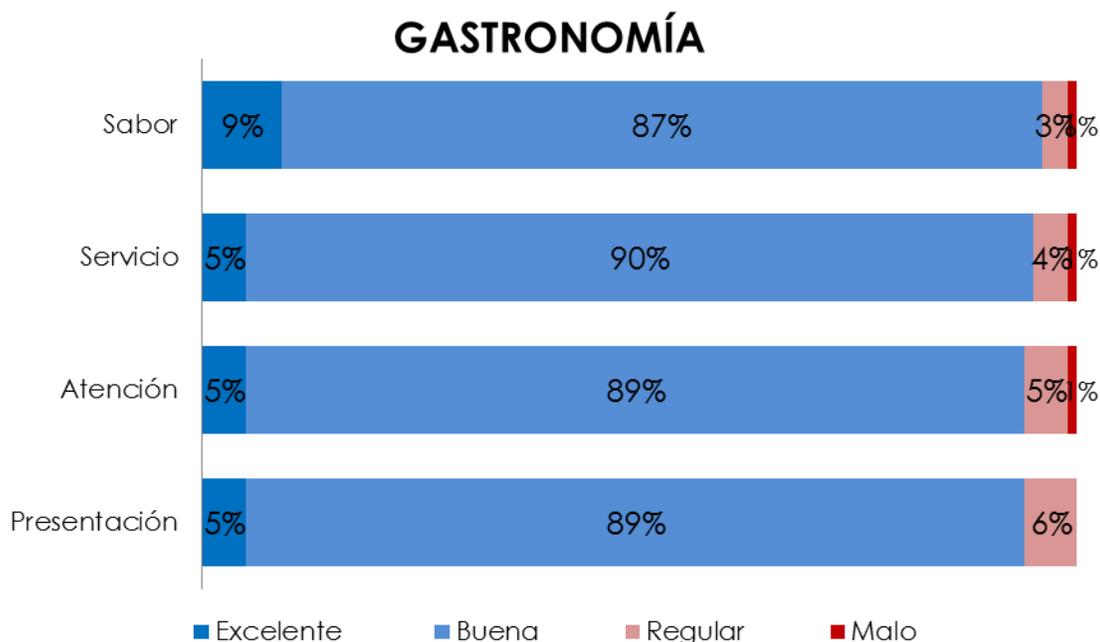


GASTRONOMÍA

Colombia es un país con diversas tradiciones y culturas las cuales se pueden ver representadas por medio de su gastronomía. Esto un aspecto fundamental para fortalecer el turismo en la región. Por esta razón se indagó por el sector gastronómico de la ciudad.

Para esto se tuvieron en cuenta diferentes variables como: sabor, servicio, atención y presentación, que nos ayuda a conocer la percepción que tiene el turista respecto a este sector económico.

Los turistas calificaron el sabor de la comida con 96 % de satisfacción y el servicio con 95 %. En cuanto a la atención y la presentación de los platos, obtuvieron una percepción positiva con el 94 %.



Con los resultados que arrojó la encuesta de percepción turística, podemos asegurar que el sector gastronómico de la ciudad está preparado para satisfacer la demanda gastronómica y exigencias de los turistas.

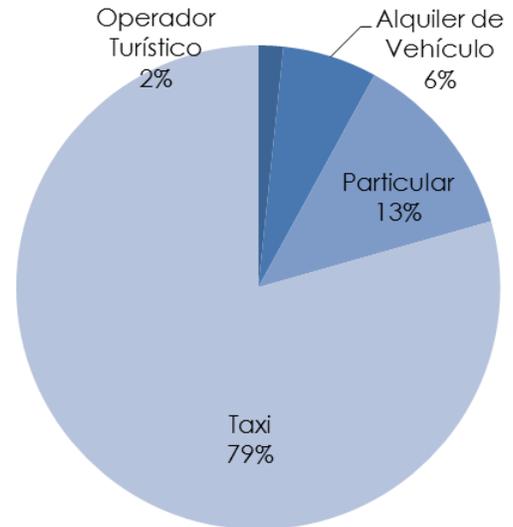
TRANSPORTE

El transporte es un aspecto importante para los turistas, y la ciudad debe brindar distintas opciones para la movilización dentro de ella, a precios cómodos y que tengan una amplia cobertura. Actualmente Valledupar cuenta con un sistema de transporte en crecimiento, que no está integrado en su totalidad, y no brinda facilidades a la hora de movilizarse. La ciudad cuenta con pocas ofertas de transporte público que tienen a su disposición, visitantes y residentes de la ciudad.

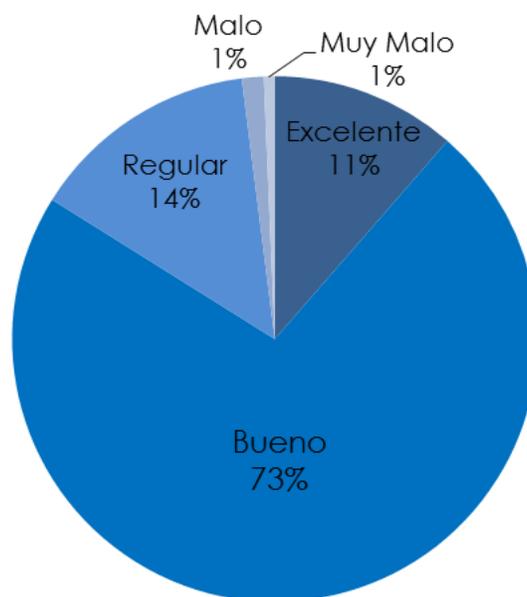
De los turistas encuestados, el 79 %, que equivale a 239 personas, eligió el taxi como medio de transporte para movilizarse en la ciudad, de segundo lugar, con el 13 %, se encuentra el vehículo particular, y el 6 % de los turistas manifestó estar dispuesto a alquilar un vehículo como medio de transporte.

Asimismo, se preguntó, entre las personas que regresaban a su lugar de origen, por la calificación del servicio del transporte público de la ciudad y se evidenció que el 84 % de los turistas que tomaron el servicio, le otorgó una calificación positiva a este sector.

MEDIO DE TRANSPORTE EN LA CIUDAD



CALIFICACIÓN DEL MEDIO DE TRANSPORTE



SATISFACCIÓN DE LA VISITA

Para finalizar, se investigó si los turistas estarían dispuestos a venir nuevamente, con sus familiares y amigos a disfrutar de unas vacaciones. Se evidenció que el 93 %, que equivale a 272 de los encuestados, afirmaron que sí volverían a la ciudad, contrario al 7 %, que corresponde a 21 personas, que expresaron que no regresarían a la ciudad, porque no le ven atractivos que llamen su atención.

¿VOLVERÍA A LA CIUDAD?

